



PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO KUE RUMAH TALAS BOGOR

Oktavia Sari

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI, Depok

oktaviasarii13@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada toko kue Rumah Talas Bogor. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian survei dengan metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuesioner. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pemilihan sampel dilakukan dengan cara menyebar kuesioner kepada konsumen yang pernah berbelanja di Rumah Talas Bogor. Adapun sampel tersebut berjumlah 100 responden. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa 41,3% Secara serempak kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko kue Rumah Talas Bogor. Secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko kue Rumah Talas Bogor. Dan secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko kue Rumah Talas Bogor. Atas dasar hasil analisis yang telah dilakukan sebelumnya dapat diketahui bahwa kualitas produk memiliki t_{hitung} sebesar 4,616 dengan signifikansi sebesar 0,000 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan hasil dari variabel harga memiliki t_{hitung} sebesar 3,850 dengan signifikansi sebesar 0,000 maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

Kata kunci: Kualitas produk, Harga, Keputusan Pembelian.

Abstract

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of product quality and price on purchasing decisions at the Rumah Tala Bogor cake shop. The type of research used is survey research with research methods in the form of data collection using questionnaires. The data analysis model used is multiple linear regression analysis. The sample selection was carried out by distributing questionnaires to consumers who had shopped at Rumah Talas Bogor. The sampel amounted to 100 respondents. The results of the regression test show that 41.3% Simultaneously product quality and price have a significant effect on purchasing decisions at the Rumah Talas cake shop, Bogor. Partially, product quality has a significant effect on purchasing decisions at the Rumah Talas cake shop, Bogor. And partially the price has a significant effect on purchasing decisions at the Rumah Talas Bogor cake shop. Based on the results of the analysis that has been done before, it can be seen that product quality has a t_{count} of 4.616 with a significance of 0.000, it can be concluded that the product quality variable has a positive and significant effect on purchasing decisions. And the results of the price variable have a t_{count} of 3.850 with a significance of 0.000, it can be concluded that the price variable has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Price, Purchase Decision.

(*) Corresponding Author: Oktavia Sari¹, oktaviasarii13@gmail.com , 089644183151

INTRODUCTION

Pada saat ini pusat perbelanjaan menjadi daya tarik masyarakat untuk berkunjung dan memenuhi kebutuhan serta keinginannya. Pusat perbelanjaan merupakan sekelompok penjual eceran dan usahawan komersial yang merencanakan, mengembangkan, mendirikan, memiliki dan mengelola sebuah properti tunggal. Maka dari itu banyak orang yang membuka peluang bisnis untuk memenuhi kebutuhan ekonomi. Berbagai macam usaha yang bisa kita temui disekitar, baik itu yang bergerak di bidang kerajinan tangan, bidang kecantikan, bidang fashion, maupun dibidang kuliner dan sebagainya. Seperti halnya dengan perusahaan yang saya teliti yaitu bergerak dibidang kuliner.

Kata kuliner berasal dari kata “culinary” yang diartikan sebagai yang berhubungan dengan dapur atau masakan. Bahan mentah yang diolah menjadi makanan siap saji yang dihasilkan dari perusahaan Rumah Talas Bogor. Rumah Talas merupakan toko oleh-oleh khas dari kota Bogor. Yang terletak di Jl.Raya Pajajaran No.77C Bogor tengah, RT.04/RW.05 Kota Bogor, Jawa barat. Awal mula terbentuknya toko ini yaitu dari restoran Guruh 7 yang menyediakan berbagai macam masakan sunda pada tahun 2002. Namun, usaha ini dikembangkan pada tahun 2009 dengan meresmikan Toko Kue Rumah Talas dengan menyediakan berbagai macam jenis oleh-oleh khas bogor. Berupa makanan, cemilan, baju, hingga souvenir. Pada tahun 2009, animo masyarakat terhadap talas masih kurang sehingga Rumah Talas ingin mengangkat talas sebagai makanan yang dapat diolah menjadi kuliner yang menarik. Umbi talas menjadi salah satu identitas khas dari Kota Bogor. Pada saat ini beberapa industri dibidang makanan telah menggunakan talas sebagai bahan pokok dalam campuran olahan produk makanan yang ditawarkan. Salah satunya adalah Kue Lapis Talas. Berbicara Kue Lapis Talas, ternyata tidak hanya Rumah Talas saja yang menjual produk tersebut, melainkan ada beberapa pesaing yang menjual produk serupa, seperti halnya Sangkuriang. Sangkuriang menjadi salah satu pesaing utama dari Rumah Talas, sebab kepopuleran sangkuriang lebih tinggi dibandingkan Rumah Talas. Namun Rumah Talas memiliki keunggulan yaitu pada kualitas produk yang diberikan kepada konsumen dan dari sinilah Rumah Talas mulai banyak dikenal masyarakat sehingga pada saat ini Rumah Talas Bogor sudah memiliki tiga outlet yang berada di Bantarjati, Baranangsiang, dan Sukasari. Penulis mengambil penelitian pada cabang Rumah Talas Baranang siang Bogor.

Dari latar belakang masalah tersebut, maka penulis tertarik untuk mengamati kualitas produk dan harga seperti apa yang diberikan oleh toko kue Rumah talas sehingga terjadi keputusan pembelian. Maka dari itu penulis mencoba melakukan analisis lebih jauh mengenai “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Kue Rumah Talas Bogor”.

METHODS

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:7), metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup banyak digunakan sehingga sudah memiliki tradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka – angka dan analisis menggunakan statistik. Metode yang digunakan yaitu metode penelitian survei serta teknik pengumpulan data berupa kuesioner. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Penarikan sampel dilakukan dengan teknik *probability Sampling*. Adapun sampel tersebut berjumlah 100 responden. Penelitian dilakukan dengan menggunakan aplikasi *Statistical Program for Social Science (SPSS)*.

RESULTS & DISCUSSION

Results

Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017: 125) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

NO	INDIKATOR	Rhitung	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Bahan Utama	0,393	Valid	nilai rhitung>0,196
2	Kemasan	0,436	Valid	nilai rhitung>0,196
3	Kualitas baik	0,506	Valid	nilai rhitung>0,196

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai r_{hitung} yang disajikan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* hasil perhitungan menggunakan SPSS (terlampir) lebih besar dibandingkan dengan 0,196 sehingga dapat dikatakan bahwa semua item pertanyaan variabel kualitas produk tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji selanjutnya.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Harga

NO	INDIKATOR	Rhitung	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Harga sesuai	0,449	Valid	nilai r_{hitung} >0,196
2	Mampu bersaing	0,472	Valid	nilai r_{hitung} >0,196
3	Harga terjangkau	0,391	Valid	nilai r_{hitung} >0,196

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai rhitung yang disajikan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* hasil perhitungan menggunakan SPSS (terlampir) lebih besar dibandingkan dengan 0,196 sehingga dapat dikatakan bahwa semua item pertanyaan tentang variabel harga tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji selanjutnya.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

NO	INDIKATOR	Rhitung	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Membeli cemilan	0,439	Valid	nilai rhitung>0,196
2	Mudah ditemukan	0,358	Valid	nilai rhitung>0,196
3	Jaminan produk	0,412	Valid	nilai rhitung>0,196
4	Merekomendasikan	0,505	Valid	nilai rhitung>0,196
5	Membeli kembali	0,386	Valid	nilai rhitung>0,196

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai rhitung yang disajikan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* hasil perhitungan menggunakan SPSS (terlampir) lebih besar dibandingkan dengan 0,196 sehingga dapat dikatakan bahwa semua item pertanyaan tentang variabel keputusan pembelian tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

NO	VARIABEL	Cronbach α	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Kualitas Produk	0,634	Reliabel	Cronbach $\alpha > 0,6$
2	Harga	0,623	Reliabel	Cronbach $\alpha > 0,6$

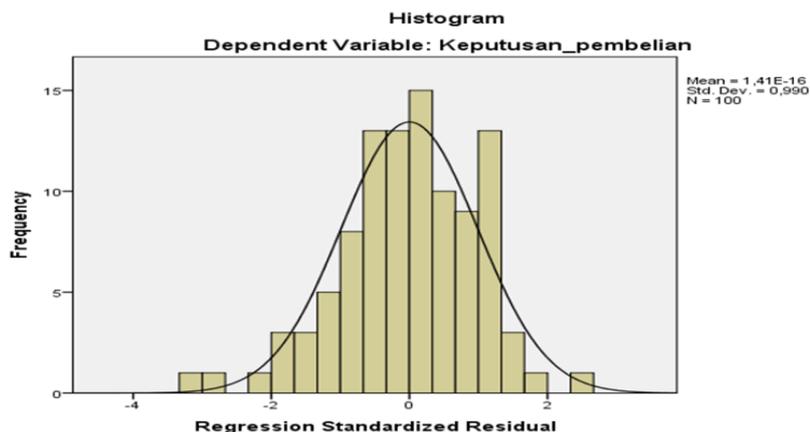
3	Keputusan pembelian	0,657	Reliabel	Cronbach $\alpha > 0,6$
---	---------------------	-------	----------	-------------------------

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Data diatas menunjukkan bahwa semua nilai *Cronbach Alpha* yang tertera dalam Tabel *Reability Statistics* (terlampir) hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS untuk masing-masing variabel lebih besar dari 0,6 sehingga dapat dikatakan bahwa instrumen penelitian ini handal (*reliabel*) dan dapat digunakan untuk uji selanjutnya.

Hasil Uji Asumsi Klasik

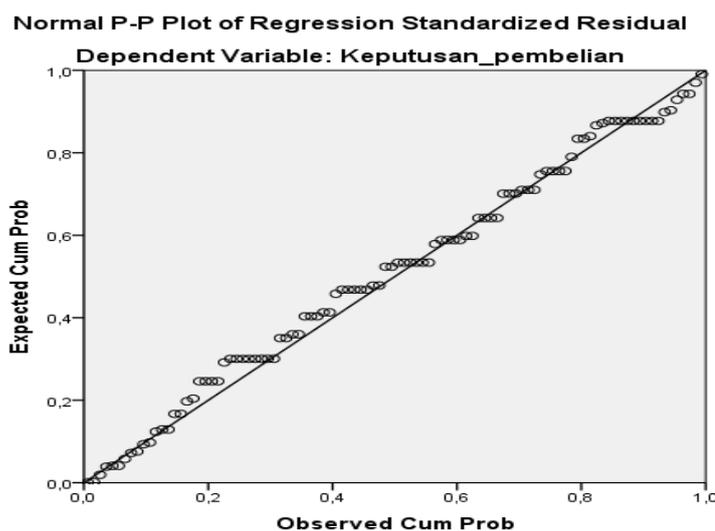
1. Uji Normalitas



Sumber: (Hasil Penelitian, 2023)

Gambar 1. Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram)

Pada grafik histogram di atas terlihat bahwa variabel berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan oleh gambar histogram tidak miring ke kanan maupun ke kiri sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi kepuasan pelanggan yang merupakan variabel terikat dalam penelitian ini.



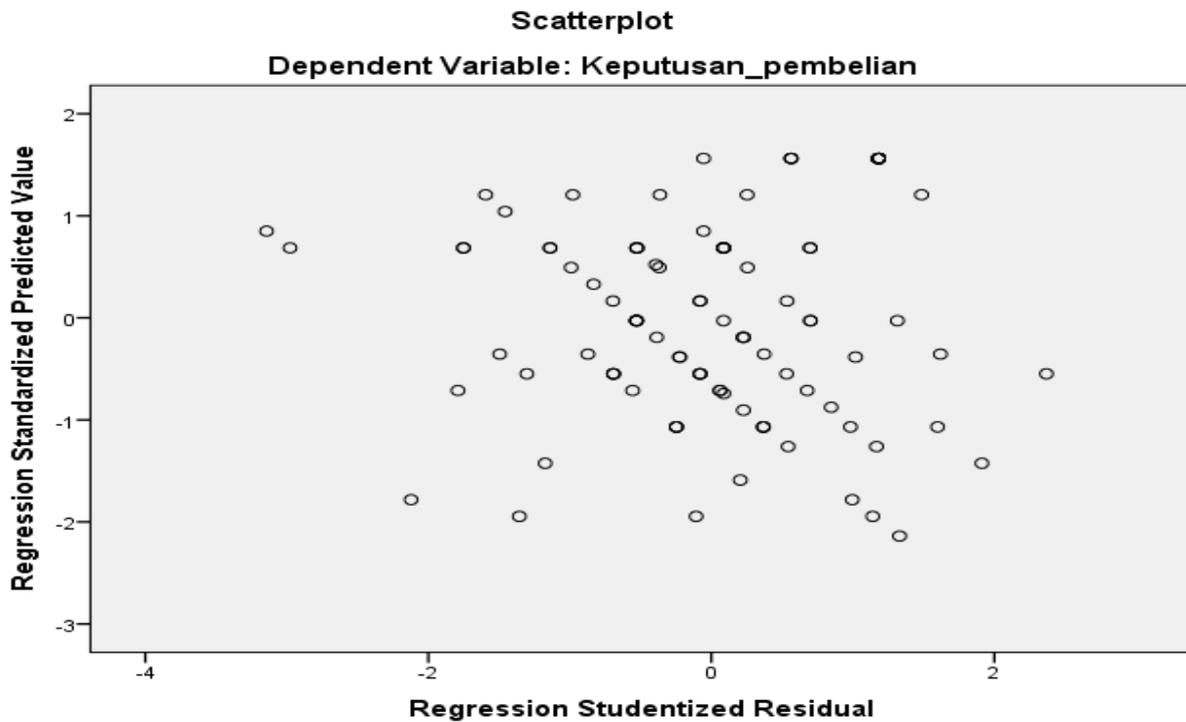
Sumber: (Hasil Penelitian, 2023)

Gambar 2. Hasil Uji Normalitas (Grafik P-P Plot)

Pada grafik P-P Plot di atas dapat dilihat bahwa variabel berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan oleh data-data pada P-P Plot yang hampir mendekati atau mengikuti garis diagonal. Sehingga model

regresi layak digunakan untuk menganalisis keputusan pembelian.

2. Uji Heteroskedastisitas



Sumber: (Hasil Penelitian, 2023)

Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Pendekatan Grafik

Grafik Scatterplot di atas memperlihatkan bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu X dan Y. Hal ini membuktikan bahwa pada model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi Kepuasan Konsumen berdasarkan masukan variabel independennya.

3. Uji Multikolinieritas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

VARIABEL	COLLINEARITY STATISTIC			
	TOLERANCE		VIF	
	HASIL	SIMPULAN	HASIL	SIMPULAN
Kualitas Produk	0,751	>0,1	1,332	< 5
Harga	0,751	>0,1	1,332	< 5

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (data diolah)

Data di atas menunjukkan bahwa nilai tolerance variabel independen yang ada di atas 0,1 serta nilai VIF variabel independennya semua di bawah 5 yang berarti bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

Hasil Uji Hipotesis

1. Persamaan Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,655	1,946		2,392	,019		
	Kualitas_produk	,729	,158	,410	4,616	,000	,751	1,332
	Harga	,500	,130	,342	3,850	,000	,751	1,332

a. Dependent Variable: Keputusan_pembelian

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Melihat nilai *Unstandardized Coefficients* Beta diatas, maka dapat ditentukan persamaan regresi linier berganda yang dihasilkan dari penelitian ini, sebagai berikut:

$$Y = 4,655 + 0,729X_1 + 0,500X_2$$

Yang berarti bahwa :

- Konstanta sebesar 4,655 yang berarti jika variabel kualitas produk dan harga dianggap nol maka variabel keputusan pembelian sebesar 4,655.
- Koefisien regresi variabel kualitas produk diperoleh nilai sebesar 0,729 yang berarti jika variabel kualitas produk mengalami kenaikan sebesar 0,729 maka variabel keputusan pembelian juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,729.
- Koefisien regresi variabel harga diperoleh nilai sebesar 0,500 yang berarti jika variabel harga mengalami kenaikan maka variabel keputusan pembelian juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,500.

2. Uji F (Uji Simultan)

Tabel 7. Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	194,376	2	97,188	35,896	,000 ^b
	Residual	262,624	97	2,707		
	Total	457,000	99			

a. Dependent Variable: Keputusan_pembelian

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas_produk

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} yang diolah dengan menggunakan SPSS adalah sebesar 35,895. Sementara nilai F_{tabel} yang dilihat pada Tabel Nilai-nilai untuk Distribusi F adalah 2,310. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa nilai $F_{hitung} = 35,896 >$ dari $F_{tabel} = 2,310$. Ini bahwa variabel independen yang terdiri dari kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Kue Rumah Talas Bogor.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 8. Koefisien Determinasi R^2

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,652 ^a	,425	,413	1,645

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas_produk

b. Dependent Variable: Keputusan_pembelian

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah 0,413 atau 41,3%. Ini berarti bahwa variabel independen berupa kualitas produk dan harga secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen keputusan pembelian di Rumah Talas Bogor sebesar 41,3% sedangkan sisanya sebesar 58,7% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

4. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Langkah terakhir yang harus dilakukan adalah melakukan Uji t atau yang lebih dikenal dengan nama Uji Parsial. Jika Uji F bertujuan untuk melihat pengaruh secara bersama-sama, maka Uji t ini bertujuan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya secara parsial atau sendiri-sendiri. Jadi dalam penelitian ini akan dilihat bagaimana pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Kue Rumah Talas Bogor.

Tabel 9. Hasil Uji t (Uji Parsial)

VARIABEL	t	t	Sig.		KESIMPULAN
	t _{hitung}	t _{tabel}	HASIL	$\alpha = 5\%$	
Kualitas Produk	4,616	> 1,660	0,000	< 0,05	Berpengaruh signifikan
Harga	3,850	> 1,660	0,000	< 0,05	Berpengaruh signifikan

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Guna menentukan H_0 maupun H_1 yang ditolak atau diterima maka nilai t_{hitung} diatas dapat dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) adalah 1,660. Dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- Secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko kue Rumah Talas Bogor karena t_{hitung} (4,616) > t_{tabel} (1,660) serta nilai signifikasinya dibawah 0,05.
- Secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko kue Rumah Talas Bogor karena t_{hitung} (3,850) > t_{tabel} (1,660) serta nilai signifikasinya dibawah 0,05.

5. Pengaruh Dominan

Guna mengetahui variabel independen yang berpengaruh paling dominan terhadap variabel dependennya adalah dengan cara melihat Tabel 4.10 diatas. Tabel tersebut memperlihatkan bahwa variabel independen yang mempunyai nilai *Standardized Coeffisience Beta* paling besar adalah variabel kualitas produk yaitu sebesar 0,410 yang berarti bahwa variabel kualitas produk merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada toko kue Rumah Talas Bogor.

DISCUSSION

Penelitian dengan melibatkan sebanyak 100 responden yaitu untuk memberikan informasi mengenai pengaruh variabel X yaitu kualitas produk dan harga pada variabel Y yaitu keputusan pembelian metode penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Sesuai latar belakang yang telah disampaikan Rumah Talas memiliki masalah dalam hasil penjualan yang menurun.

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua pernyataan yang berada di kuesioner yang telah disebar dinyatakan valid, karena $r_{hitung} > 0.196$. Hasil uji reabilitas menunjukkan semua memiliki koefisien kehandalan atau *cronbach's alpha* $> 0,6$, hal ini menyatakan bahwa pernyataan dalam kuesioner reliabel. Persamaan regresi yang diperoleh dari penelitian ini yaitu $Y = 4,655 + 0,729X_1 + 0,500X_2$. Dalam upaya mengidentifikasi seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap dependennya, diperoleh dari nilai koefisien determinasi yang dinyatakan dalam *Adjusted R Square* sebesar 41,3% atau 0,413 ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel independen adalah sebesar 41,3%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Selanjutnya untuk mengetahui signifikan tidaknya hasil penelitian dengan menghitung *t*_{hitung} diketahui dari perhitungan di atas menunjukkan bahwa angka *t*_{hitung} variabel kualitas produk adalah 4,616 sedangkan angka *t*_{tabel} adalah 1,660 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) yang artinya bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Begitupun dengan variabel harga dimana diketahui hasil dari perhitungan *t*_{hitung} variabel harga adalah 3,850 sedangkan angka *t*_{tabel} adalah 1,660 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) artinya bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Atas dasar hasil analisis yang telah dilakukan sebelumnya dapat diketahui bahwa kualitas produk memiliki *t*_{hitung} sebesar 4,616 dengan signifikansi sebesar 0,000 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan hasil dari variabel harga memiliki *t*_{hitung} sebesar 3,850 dengan signifikansi sebesar 0,000 maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari variabel yang diteliti yaitu kualitas produk dan harga menunjukkan berpengaruh signifikan, ini menjadi hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan Rumah Talas Bogor untuk selalu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk serta menstabilkan harga yang baik karena itu sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Pengujian hipotesis pun dapat dibuktikan bahwa $H1: \beta_1 \neq 0$ yang artinya adalah Secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko kue Rumah Talas Bogor. Dan dapat dibuktikan bahwa $H2: \beta_2 \neq 0$ yang artinya adalah Secara parsial variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko kue Rumah Talas Bogor.

CONCLUSION

Sesuai dengan uraian di atas hasil analisis data yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko kue Rumah Talas Bogor, karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $t_{hitung} (4,616) > t_{tabel} (1,660)$ serta nilai signifikasinya dibawah 0,05.
2. Secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko kue Rumah Talas Bogor, karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $t_{hitung} (3,850) > t_{tabel} (1,660)$ serta nilai signifikasinya dibawah 0,05.
3. Secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko kue Rumah Talas Bogor. Karena nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu $F_{hitung} (35,896) > F_{tabel} (2,310)$.

REFERENCES

Hanisa. (2022). *Pengaruh Kualitas Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap*

- Keputusan Pelanggan*. Bogor : Apotek Kimia Farma Bogor.
- Hurriyati. R. (2019). *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Cetakan Kedua. Bandung: Alfabeta.
- Ibrahim. M., S. M. Thawil. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. . Universitas Islam Attahiriyah.
- Indrasari. M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Pertama. Surabaya: Unitomo Press.
- Irwansyah. R., K. Listya, A. Setiorini, I. M. Hanika, M. Hasan, K. P. Utomo, A. Bairizki, A. S. Lestari, D. W. S. Rahayu, M. Butarbutar, H. Nopus, I. Hasbi, Elvera, D. Triwardhani (2021). *Perilaku Konsumen*. Cetakan Pertama. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Kotler. Philip dan Keller. Kevin Lane. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, jilid 2. Jakarta : Erlangga.
- Krismawati. I. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Tri (Studi Kasus Masyarakat Kota Bogor)*.
- Nihayah. A. Z. (2019). *Pengolahan Data Penelitian Menggunakan Software SPSS b23.0*. Semarang: UIN Walingsongo.
- Putra. A. D. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kecap ABC*.
- Saleh. M. Y., & M, Said. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Cetakan Pertama. Makassar: Sah Media.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&B*. Cetakan Pertama. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna, (2020). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Baru Press. (66,83&85)
- Sunyoto. D. (2019). *Dasar – Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Stategi dan Kasus)*. Cetakan Ketiga. Yogyakarta : CAPS.
- Zusrony. E. (2021). *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik